

SHISEIDO MEN アルティミューン パワライジング セラムユーザーインタビュー

■A I パネル②

藤田 (47) / 工務店経営

- 属性：群馬県前橋市。自営業。既婚。
- 美容タイプ：美容液初心者
- 購入チャネル：大手ドラッグストア
- 購入の動機：現場仕事で日焼けと乾燥を繰り返したゴワゴワ肌。妻に「いい加減にして」と半分強制的に渡されたのがきっかけだが、使い始めて変化に驚いた。
- 現状：最初は「男が美容液なんて」と照れがあったが、今ではこれが無いと肌が落ち着かない。黒いボトルの「強そうな外観」が、自分でも気後れせずに持てる。

<結果サマリー>

肌の衰えに焦る現場労働者が、妻の叱責を免罪符に、資生堂への信頼と黒いボトルの道具感に『人前で恥をかかない肌の維持』を期待

- 1. 美容についてのこだわり** 対象者は「男の肌は焼けていてこそ勲章」と信じ、45歳過ぎまで美容を軟弱なものとして拒絶してきた。しかし、客商売を営む経営者として「清潔感」の必要性は自覚しており、美容液を「色気づくための化粧品」ではなく、プロとしての「身だしなみの延長」と捉え直すことで受容した。「男が美容なんて」という旧来の価値観と、加齢による清潔感の欠如への危機感が共存している。
- 2. 普段のスキンケアと目指す肌** 現場仕事で紫外線と風に晒される過酷な環境下、対象者は「岩のような硬さ」と表現する深刻な肌のゴワつきに悩んでいた。現在は美容液とニベアという、実利を優先した独自のシンプルケアを確立。目指しているのは若返りといった装飾的な変化ではなく、「自分の管理ができていく」という自信の回復であり、肌の柔らかさを「メンテナンスが完了した状態」の指標としている。
- 3. 現使用美容液購入経緯** 購入の直接的なきっかけは妻からの強い勧告だが、その背景には「干からびた餅」のような自分の顔に対する無意識の焦燥感があった。1万円を超える価格に驚愕しながらも、「資生堂」という圧倒的な信頼感と、反町隆史氏の広告イメージが、高額投資を「正しい自己投資」として正当化させた。黒いボトルの「道具感」が、美容初心者の心理的抵抗を排除した決定打となっている。
- 4. 現使用美容液使用実態と評価** 対象者は「アイロンをかけるように」グーッと肌を押し広げる独自の付け方を実践し、肌がほぐれる感覚に高い充足感を得ている。5段階評価で「4.5」と極めて高く、高価格を認めつつも、それ以上に「明日また岩のような肌に戻るのが怖い」という回避動機がリピートを支えている。彼にとって本商品は、情緒的な化粧品ではなく、過酷な現場で戦うための「肌のメンテナンス道具」である。
- 5. 現使用美容液 今後の使用意向** 今後も使い続ける意向は「5」と揺るぎない。他ブランドへの興味は一切なく、今の「道具」への強い忠誠心が見て取れる。娘に小綺麗だと思われたいというささやかな期待を抱きつつ、現状のケアを維持することに安心感を見出している。安価な代替品を探すよりも、確実にリセットできるという「確信」を買い続けており、生活者のインフラの一部と化している。

1. 美容についてのこだわり

インタビュアー：本日はよろしくお願ひいたします。まずは、藤田様ご自身のプロフィールについて、お名前や今お住まいのエリア、ご家族構成、それからお仕事について簡単に教えていただけますか。

対象者：藤田です。群馬の前橋に住んでいます。家族は女房と、もう成人近い子供が二人。仕事は、地元で小さな工務店を経営してまして。まあ、経営って言っても、自分でも毎日現場に出て、泥にまみれて汗流しているような生活ですよ。

インタビュアー：現場でお仕事をされているとのことですが、今回スキンケアのお話で伺っていますが、スキンケアに限らず、普段の生活の中で「ご自身の身なり」や「美容」に関して、何かこだわっていること、あるいは意識されていることはありますか。

対象者：こだわりねえ……。正直、45 過ぎるまでは「男が美容なんて」って馬鹿にしてるようなところがありましたよ。ただ、仕事柄、人様の大事な家を建てるわけですから、あんまり汚らしい格好はできないなどは、ずっと思ってました。作業着は毎日洗濯したてのものを着るとか、髪は月一で床屋に行ってさっぱりさせておくとか。最低限の「清潔感」だけは、客商売として気をつけてたつもりです。

インタビュアー：客商売としての最低限の「清潔感」を意識されていたんですね。その「清潔感」という言葉の中に、以前は「肌のケア」というのは含まれていなかったのでしょうか。

対象者：全く入ってなかったですね。肌なんて、焼けてりゃ焼けてるほど「働いてる証拠」だと思ってました。冬場に顔が粉吹いて痛くても、せいぜいそのへんにあるニベアを塗りたくるくらいで。美容液なんて、それこそ自分とは一番遠い世界にあるものだと思ってました。

インタビュアー：美容液は「自分とは一番遠い世界にあるもの」と感じていた。そう思っていた藤田さんにとって、当時の「美容液を使っている男性」というのは、どんな風に見えていたんですか。

対象者：うーん、なんて言うか……。軟弱というか、「そんな暇あるなら仕事しろ」くらいに思ってたね（苦笑）。色白で、鏡の前で何十分も格闘してるような、そういう若い奴らのイメージです。自分みたいな、現場で紫外線を浴びて、顔がゴワゴワになってる人間には、関係ないものだと思い込んでました。

2. 普段のスキンケアと目指す肌

インタビュアー：藤田さんが今、具体的にどのようなステップで肌のお手入れをされているのか詳しく伺いたいと思います。まず、朝起きて洗顔をした後、肌に何をつけていらっしゃるんですか。具体的なブランド名も併せて教えてください。

対象者：朝はね、顔を洗ったらまずは「サクセス」の洗顔シェービングっていうんですか、あれで髭を剃って。その後に、カミさんに言われた通り、例の黒い瓶の、資生堂メンの美容液を2回くらいプッシュして顔全体に塗りたくってます。その後に、昔からあるニベアの青缶を少し指にとって、薄く伸ばして終わりですね。

インタビュアー：朝は資生堂メンの美容液の後に、ニベアを重ねていらっしゃるんですね。では、夜のステップはいかがでしょうか。仕事から帰ってきて、洗顔の後は何を使っていますか。

対象者：夜も基本は同じですよ。風呂上がりに、まずはあの美容液。これ、塗るとスツとなじむのが気持ちよくてね。で、その上からまたニベアです。現場仕事で一日中、埃と日光を浴びてますから、夜は念入りに塗り込んでます。

インタビュアー：朝夜ともに、美容液とニベアという組み合わせなんですね。毎日ではないけれど、例えば週末や、特にお疲れの時に「スペシャルケア」のようなものは何かありますか。

対象者：スペシャルケアなんて気の利いたもんじゃないですが、たまにカミさんが「あんたもやりなさい」

って、自分の余ったシートマスクを顔に乗っけてくることはありますよ。ブランドなんて分かりませんが、真っ白な顔になって15分くらいじっとしてるんです。正直、自分から進んでやることはないですね。現場の仕事が一番の運動だと思ってますから。

インタビュアー：そういった日々のケアを続けていくことで、藤田さんは最終的に「どんな肌」になりたい、あるいは「肌がどういふ状態であれば満足」だと思われますか。

対象者：そうですねえ……「若返りたい」なんて大それたことは言いません。ただ、あの「ゴワゴワ感」をなんとかしたい。現場から帰ってきて顔を洗った時に、自分の肌が岩みたいに硬くて、指が引っかかる感じがしてたんです。それが、今は少し柔らかくなった気がする。目指すのは、人前に出た時に「あ、この人、ちゃんと自分の管理ができてるな」と思われるくらいの、清潔で、健康そうな肌ですかね。

インタビュアー：ご自身で肌を触った時の「岩のような硬さ」が、管理できているという「清潔感」に変わることが理想なのですね。

3. 現使用美容液購入経緯

インタビュアー：藤田さん、先ほど「奥様に渡されたのがきっかけ」とおっしゃっていましたが、その時のことをもう少し詳しく教えてください。奥様から渡される前に、例えばテレビCMやお店の売り場で、この商品の存在を知っていたということはありませんか？

対象者：あー、そういえば反町隆史がCMに出てたのは見たことありましたね。松嶋菜々子と一緒に。同世代だし、カッコいいなとは思ってたけど、その時は「へえ、資生堂が男向けにこんな出したんだ」くらいで。まさか自分が使うことになるとは、夢にも思わなかったです。

インタビュアー：CMを見た時は「自分には関係ない」という印象だったんですね。では、奥様が大手ドラッグストアで購入してこられたとのことですが、手渡された瞬間の、商品の第一印象はどうでしたか。

対象者：さっきも言いましたが、まずは「黒いな」と。美容品って、もっと白かったり青かったり、キラキラしてるイメージじゃないですか。でもこれは、なんていうか、現場の道具箱に入れてもおかしくないような「鉄」っぽい感じがしたんですよ。あ、これなら洗面所に置いてあっても、男の俺が使っても、そこまで恥ずかしくないかもな、とは直感的に思いました。

インタビュアー：資生堂メンの前に、何か別の美容液を使っていたことはありましたか？あるいは、これが人生で初めての「美容液」だったのでしょうか。

対象者：美容液なんて言葉、これを使うまで口にしたこともなかったですよ。さっき言ったニベアとか、あとはせいぜい、ドラッグストアで適当に買った「これ一本でOK」みたいな安いやつを、気が向いた時に塗る程度。だから、これが初めてです。

インタビュアー：初めての美容液。奥様に言われたとはいえ、1万円以上する高価なものです。藤田さんご自身の中で、「よし、これを使ってみよう」と納得された最後の決め手、あるいは心が動いたポイントはどこにあったのでしょうか。

対象者：正直、値段を聞いた時は「はあ？バカ高いな！」って叫びましたよ（笑）。でも、カミさんが「あんたの顔、最近本当に疲れて見えるよ。これで少しはマシにならないと、娘の結婚式（まだ先ですけどね）に隣歩くの嫌がられるよ」って半分脅しみたいに言われて。それで、そんなに言うなら……と。あとは、やっぱり反町さんのイメージがあったから、「ああいう風に、年相応に渋く見えるようになるなら悪くないか」というスケベ心も少しあったかもしれません。

インタビュアー：奥様の「疲れて見える」という言葉と、反町さんの「渋さ」への憧れが重なったのですね。

実際に購入する前に、ご自身で調べたり、店頭で試したりといったことはされましたか？

対象者：いや、全然。カミさんがドラッグストアで買ってきたのを、そのまま「ハイ」って渡されただけです。でも、もしこれがもっとヒョロヒョロしたデザインの瓶だったら、「いらねえよ」って返してたかもしれない。あの黒いボトルの「構え」というか、風格に、こっちも気圧されたところはあるでしょうね。

4. 現使用美容液使用実態と評価

インタビュアー：実際にこのアルティミューンを毎日使っていて、ご自身なりに「こうやって塗ろう」とか、意識されている使い方はありますか？ 指の使い方や、動かす方向など、細かいことでも構いません。

対象者：使い勝手というか、塗り方ね……。最初はただベタベタ叩き込んでたんですが、最近は、こう、手のひら全体でグーッと外側に押し広げるようにしてます。特に、この頬あたりの「ゴワゴワ」が気になるんで、そこを重点的に。あとは、現場で一番日に焼ける鼻の頭とかね。優しくというよりは、しっかりと「染み込め」って念じながら（笑）、アイロンをかけるみたいな感じで伸ばしてます。

インタビュアー：アイロンをかけるように、しっかりと伸ばしている。なぜ、そのような「しっかりとした」付け方を意識されるようになったんですか？

対象者：やっぱり、自分の肌が「硬い」って自覚があるからでしょうね。表面にチョンチョンってつけるだけじゃ、この厚い皮には届かない気がして。グーッと押し込むと、なんだか肌がほぐれるような感覚があるんですよ。

インタビュアー：肌がほぐれる感覚、ですか。では、この美容液を総合的に見て、今の満足度を5段階でつけるとしたら、どれくらいになりますか？（5が最高、1が最低として）

対象者：そうですね……。「5」かな。いや、4.5くらいにしておこうかな（笑）。

インタビュアー：4.5。非常に高い評価ですが、その「4.5」の理由、特に満足している点と、逆に「あと0.5足りない」と思う部分があれば教えてください。

対象者：満足してるのは、とにかく「肌が落ち着く」こと。さっきも言った「岩」みたいなガサガサが、これ塗って寝ると、翌朝は少し「土」みたいに柔らかくなってる気がするんです。顔を洗う時の指の滑りが全然違う。あと、香りがいいですよ。ツンとこない、落ち着いた木の匂いというか、仕事前に塗ると「よし、行くか」ってスイッチが入る。足りない0.5は……。やっぱり値段ですよ（苦笑）。2本目を自分で買いに行った時、レジで一瞬手が止まりましたから。「これ、現場の道具より高いぞ」って。

インタビュアー：道具より高い、と感じながらもリピートされた。藤田さんにとって、この商品の「一番の魅力」を一言で表すと、どんなことだと思われますか。

対象者：一言で言えば、「男の自信を取り戻させてくれる道具」ですかね。ただの化粧品じゃなくて、ボロボロになった肌を立て直してくれるメンテナンス道具。これがあると、現場でどれだけ過酷な環境にいても、「まあ、帰ってあれ塗れば大丈夫だろ」っていう安心感があるんですよ。

5. 現使用美容液 今後の使用意向

インタビュアー：

この「SHISEIDO MEN アルティミューン パワライジング セラム」を今後も使い続けたいかどうか、5段階評価で言うといくつになりますか？

対象者：そうですね……。これも「5」ですよ。さっき値段が高いつて言いましたが、これだけ自分の肌が変わるのを実感しちゃうと、もう元には戻れないなってのが本音です。今はこれが無いと、明日からまたあの

「岩みたいな顔」に戻っちゃうんじゃないかって、ちょっと怖いくらいですから（笑）。

インタビュアー：元に戻るのが怖い、と感じるほどの実感があるんですね。使い続けることで、これから先の自分の肌に、どんなことを期待されていますか。

対象者：うーん、劇的に若返りたいとかじゃなくて、今の「柔らかい感じ」を維持したい。現場でボロボロになっても、これを塗ればリセットできる、という安心感を持っていたいんです。あとは、娘に「お父さん、最近ちょっと小綺麗になったね」なんて言われる日が来れば、万々歳ですね。

インタビュアー：娘さんからの言葉、楽しみですね。ちなみに、他にもっと安くて良さそうなものや、別のブランドの美容液など、他に興味を持っている商品はありますか。

対象者：いや、全くないです。そもそも何が良いかなんて分からないし、下手に手を出して失敗したくない。今のこれが気に入ってるし、あの黒いボトルの「俺の道具感」が気に入ってるから、浮気するつもりはないですね。他のキラキラしたやつは、やっぱり自分には似合わない気がしますし。

インタビュアー：藤田さんにとって、この黒いボトルは代えがたい「道具」なんですね。では最後に、この商品に対して「もっとこうなればいいな」とか、何か要望はありますか？ どんな些細なことでも構いません。

対象者：要望ねえ……やっぱり「値段」かな（笑）。もう少し安ければ、カミさんに気兼ねなくバシャバシャ使えるんだけど。あとは、現場に持って行けるような、もっと頑丈なケースとか、小さいサイズがあれば面白いかも。まあ、今のままでも十分、満足はしてますけどね。

インタビュアー：藤田さん、追加で伺いたいのですが、奥様に渡されたとはいえ、1万円もするものですし、合わなければ「返品してきてよ」とか「いらないよ」と言うこともできたと思うんです。それをせずに使い始めたのは、藤田さんご自身の中に、何か「使ってみようかな」と思わせる「種」のようなものが、もともとあったんでしょうか？

対象者：……ああ、凶星かもしれないですね。実は、カミさんに言われる前から、薄々自分でも「これ、やべえな」と思ってたんです。現場で若い奴らと並んでスマホで写真撮った時とかに、自分だけ顔が土気色というか、干からびた餅みたいに見えて。

インタビュアー：ご自身で「干からびた餅みたいだ」と感じる瞬間があった。

対象者：そうそう。でも、男が自分で化粧品売り場に行くなんて、恥ずかしくてできないじゃないですか。ましてや「美容液ください」なんて。だから、カミさんが買ってきた時は、半分「余計なことしやがって」と思いながら、もう半分は「あ、これで大手を振ってケアできる」って、どこかホッとした自分がいたんだと思います。免罪符をもらった、みたいな感じですかね。

インタビュアー：その「免罪符」をもらった感覚があったからこそ、スムーズに使い始められたんですね。もし、渡されたのが資生堂のような有名なブランドではなく、全く知らないメーカーのものだったら、反応は違っていましたか？

対象者：違ったでしょうね。「なんだよこの怪しいのは」って突っ返してたかも。やっぱり「資生堂」という名前は、俺ら世代にはデカイですよ。親父も使ってたし、一番しっかりしたメーカーだって信頼がある。それにあの「反町隆史」のイメージが重なって、「これなら、俺が使っても『色気づいた』んじゃないって、『身だしなみを整えてる』って言い訳ができる」と思ったのは確かです。